

MOTIF MASYARAKAT MENONTON ACARA MOZAIK ISLAM DI TRANS TV

(Studi Deskriptif Kuantitatif Motif Masyarakat Surabaya
Menonton Acara Mozaik Islam Di Trans TV)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada FISIP-UPN “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

KHUSNUL KHOTIMAH
NPM. 0943010131

Yayasan Kesejahteraan Pendidikan dan Perumahan
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Progam Studi Ilmu Komunikasi
Surabaya
2013

MOTIF MASYARAKAT MENONTON ACARA MOZAIK ISLAM DI
TRANS TV

(Studi Deskriptif Kuantitatif Motif Masyarakat Surabaya
Menonton Acara Mozaik Islam Di Trans TV)

Oleh :
KHUSNUL KHOTIMAH
NPM. 0943010131

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 19 Juli 2013

PEMBIMBING

TIM PENGUJI

1. Ketua

Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 19641225 199309 2001

Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si
NIP. 1 9581 225199 001 1001

2. Sekretaris

Dra. Dyva Claretta, M.Si
NPT. 3 6601 94 00251

3. Anggota

Dra. Herlina Suksmawati, M.Si

NIP. 19641225 199309 2001

Mengetahui

DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, Msi
NIP. 1 95507 181 983 022 001

MOTIF MASYARAKAT MENONTON ACARA MOZAIK ISLAM DI TRANS
TV

(Studi Deskriptif Kuantitatif Motif Masyarakat Surabaya
Menonton Acara Mozaik Islam Di Trans TV)

Disusun oleh :

Khusnul Khotimah
0943010131

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui
Pembimbing Utama

Dra. Herlina Suksmawati, Msi
NIP. 19641225 199309 2001

Mengetahui
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, Msi
NIP. 19550718 198302 2001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Motif Masyarakat Surabaya Menonton Acara Mozaik Islam di Trans TV” (Studi Deskriptif Kuantitatif Motif Masyarakat Surabaya Menonton Acara Mozaik Islam di Trans TV)”.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan akademis bagi mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini atas bimbingan dari Ibu Dra. Herlina Suksmawati, M.Si., selaku dosen pembimbing, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. dan tidak terlepas dari bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak.

Pada kesempatan ini, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, Msi., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Juwito, S. Sos., Msi., Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak, ibuk, adek-adekku (Rizki, Firman, Dinda) terimakasih atas ridho dan do’anya. Sungguh, aku sangat mencintai kalian :)

4. Teman-temanku.... Nunung, Finna, Renni, dan masih banyak lainnya. Makasih supportnya.. kalian moodboosterku kalo aku lagi plonga-plongo habis kena revisi :D
5. Keluargaku di rumah biru a.k.a AK UPN Radio. Peluk cium untuk kalian semua. Makasih udah ngajarin aku banyak ilmu, kalianlah keluarga keduku :))
6. My best partner on EBS 105,9 FM. Aryo, Vicky, Jhagad, Dimas, Budi, Winda, Ijong, Brian, mas Niko, Mbak Olpie, Rudy Electric, Noni, Zeya, dan ga ketinggalan Kang Deni sebagai Program Director. Terimakasih, aku juga sangat sayang kalian semua. Makasih support dan ilmunya. :))
7. Temen-temen komunitasku. Halal Corner Jatim, Komunitas SuksesMulia Surabaya, dan Peduli Jilbab. Terimakasih sudah jadi kingpin ku. Jazakallah Khairan Katsiir :))
8. Dan semua respondenku, yang sudah mau meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner. Terimakasih, semoga ridho ya saya mintain tolong. Hehehe...
9. Tak lupa penulis haturkan rasa syukur dan terima kasih untuk Sang Maha yang telah memberikan saya kesempatan untuk menggapai tingkat sarjana. Ya Allah semoga engkau ridho atas skripsi hamba ini. Semoga kelak dapat memberi manfaat di akhirat. Aamiin. Dan juga rasa rindu saya haturkan untuk junjungan Nabi besar Muhammad SAW, engkaulah suri tauladan hingga akhir zaman. Semoga kelak kita dipertemukan dalam jannah-Nya. Aamiin Yaa Robbal Alamin :))

Surabaya, 12 Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAKSI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Studi Pendahuluan	12
2.1.1 Penelitian Terdahulu Pertama	12
2.1.2 Penelitian Terdahulu Kedua	13
2.2 Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa	14
2.3 Masyarakat Sebagai Khalayak Aktif	16
2.4 Efek Tayangan Televisi	17

2.5	Motif	18
2.6	Teori Kebutuhan	20
2.7	Program Acara Mozaik Islam di Trans TV	22
2.8	Teori Uses and Gratifications	24
2.9	Kerangka Berfikir	26
 BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.1.1	Definisi Operasional	28
3.1.2	Pengukuran Variabel	33
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	38
3.2.1	Populasi	38
3.2.2	Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data	40
3.4	Metode Analisis Data	40
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum obyek Penelitian	42
4.1.1.	Gambaran umum Trans TV	42
4.1.2.	Gambaran Umum Mozaik Islam	43
4.2	Penyajian Data dan Analisa	44
4.2.1.	Identitas Responden	44
4.2.2.	Pertanyaan Tentang Media	49
4.2.3.	Motif Responden Menonton Program Acara Mozaik Islam di Trans TV....	51

4.2.3.1. Motif Kognitif	51
4.2.3.2. Motif Diversi	64
4.2.3.3. Motif Identitas Personal	70
4.2.4. Total Gabungan Ketiga Motif	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1. Kesimpulan	80
5.2. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
KUESIONER	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. Kerangka Berfikir	27
-----------------------------------	----

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4. Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 5. Frekuensi Menonton Dalam 1 Bulan	49
Tabel 6. Topik Yang Paling Disukai	50
Tabel 7. Memperoleh Pengetahuan Baru tentang Ilmu Fiqih	52
Tabel 8. Mendapatkan Informasi tentang Sejarah Peradaban Islam	53
Tabel 9. Menambah Pengetahuan tentang Kisah Para Nabi dan Rasul	54
Tabel 10. Menambah Pengetahuan Tentang Hukum dan Syari'at Islam	56
Tabel 11. Menambah Pengetahuan tentang IPTEK yang Sesuai dengan Koridor Islam	57
Tabel 12. Mengetahui Fenomena Alam yang Terjadi di Seluruh Penjuru Dunia dan Terdapat di dalam Al Qur'an dan Hadits	58
Tabel 13. Menambah Wawasan tentang Ilmu Akidah dan Akhlak	59
Tabel 14. Menambah Pengetahuan tentang Dalil Al-Qur'an dan Hadist	60
Tabel 15. Mendapatkan Pengetahuan tentang Fakta Unik dan Menarik yang Dihubungkan dengan Dalil Al-Qur'an dan Hadist.....	62
Tabel 16. Motif Kognitif Responden dalam Menonton Program Acara Mozaik Islam di Trans TV	63
Tabel 17. Menjadi Teman Aktivitas di Pagi Hari	64
Tabel 18. Mendapat Hiburan yang Bernafas Islam	65
Tabel 19. Merasa Terhibur dengan Video yang Diputarkan Sesuai dengan Topik	

yang Dibahas	66
Tabel 20. Memperoleh Kenikmatan Jiwa dan Ketenangan Batin	67
Tabel 21. Mengusir Rasa Bosan dan Jenuh pada Diri	68
Tabel 22. Motif Diversi Responden dalam Menonton Program Acara Mozaik Islam di Trans TV	69
Tabel 23. Menemukan Penunjang untuk Instropeksi Diri sebagai Seorang Muslim	71
Tabel 24. Mengidentifikasikan Diri dengan Nilai-Nilai Islam	72
Tabel 25. Meningkatkan Ketakwaan dalam Diri	73
Tabel 26. Mempertebal Rasa Keimanan terhadap Islam	74
Tabel 27. Menambah Rasa Kecintaan Terhadap Islam	75
Tabel 28. Motif Identitas Personal Responden dalam Menonton Program Acara Mozaik Islam di Trans TV	76
Tabel 29. Total Gabungan Ketiga Motif.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Kuesioner	85
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Motif Kognitif	92
Lampiran 3. Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Motif Diversi	95
Lampiran 4. Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Motif Identitas Personal.....	97
Lampiran 5. Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Motif Keseluruhan	99

ABSTRAKSI

KHUSNUL KHOTIMAH, MOTIF MASYARAKAT MENONTON ACARA MOZAIK ISLAM DI TRANS TV (Studi Deskriptif Kuantitatif Motif Masyarakat Surabaya Menonton Acara Mozaik Islam di Trans TV).

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan, informasi, berita dari komunikator melalui komunikan melalui media massa. Media massa dapat berupa media cetak dan elektronik. Salah satu media elektronik yang saat ini sedang mengalami pertumbuhan yang pesat adalah televisi. Perkembangan media televisi diwarnai dengan persaingan belomba-lomba untuk menyuguhkan program acara yang diminati oleh masyarakat. Pekerja televisi pun memutar otak agar mendapatkan perhatian dari masyarakat melalui program acara yang menarik. Mozaik Islam merupakan program acara pagi yang unik dan menarik, karena memberikan informasi dilihat dari kacamata agama.

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Uses and Gratifications yang menyatakan bahwa khalayak memiliki sekumpulan kebutuhan yang dicari pemuasannya melalui media massa. Model Uses and Gratifications ini mengasumsikan khalayak setidaknya sama aktifnya dengan pengirim. Model ini pun secara tak langsung menyatakan bahwa pesan adalah apa yang dibutuhkan oleh khalayak, bukan yang dimaksudkan oleh pengirim. Di sinilah khalayak secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan akan media massa. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisa tabel frekuensi yang digunakan untuk menggambarkan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara berdasarkan penyebaran kuesioner yang diisi oleh responden dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang berusia 17 tahun ke atas. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden 100 orang.

Dari hasil pengujian dengan menggunakan teknis analisis tabel frekuensi dapat diketahui bahwa motif kognitif, motif diversi dan motif identitas personal dalam menonton acara Mozaik Islam di Trans TV berada pada kategori tinggi. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah dalam menonton acara Mozaik Islam di Trans TV sebagian besar responden ingin memperoleh informasi dan hiburan yang bernafas Islami sebagai usaha untuk mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai Islam.

Kata Kunci : Motif, Menonton, Mozaik Islam, Uses and Gratifications

ABSTRACT

Khusnul Khotimah, WATCH COMMUNITY EVENTS MOTIF MOZAIK ISLAM IN TRANS TV (Quantitative Descriptive Study of Motive Events People Watching Surabaya Islamic Mosaics in Trans TV).

Mass communication is the process of delivering a message, information, news from the communicant communicator through mass media. The mass media can be printed and electronic media. One of the electronic media which is currently experiencing rapid growth is television. The development of television media tinged with belomba-race competition for presenting the programs that are in demand by the public. Television workers had racked my brain to get the attention of the public through an exciting program of events. Islam is a mosaic morning show program unique and interesting, because it specifies the information as perceived religion.

The foundation of the theory used in this study is the Uses and Gratification theory which states that the audience has a set of needs that sought gratification through mass media. Uses and Gratification model assumes the audience is at least as active as the sender. This model also seems to imply that the message is what is needed by the public, not intended by the sender. This is where the audience is actively using the media to meet the needs of the mass media. Methods of data analysis in this study using frequency tables analysis is used to describe the primary data obtained from interviews based on questionnaires filled out by the respondents and secondary data. The population in this study was the 17-year-old Surabaya upwards. Sampling technique in this study using purposive sampling with the number of respondents 100 people.

From the test results by using technical analysis can be seen that the frequency tables cognitive motives, motives and motives of personal identity diversion in watching the show on Trans TV Islamic Mosaics at the high category. Conclusion of this research is in watching a show on Trans TV Islamic Mosaics most respondents would like to obtain information and entertainment Islamic breathing in an effort to identify with the values of Islam.

Keywords : Motive, Watching, Mozaik Islam, Uses and Gratifications

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata media of mass communication (media komunikasi massa). Media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa (Nurudin,2007:4). Macam-macam media massa yang berkembang saat ini adalah surat kabar, radio, internet dan televisi.

Perkembangan dunia pertelevisian saat ini, mau tidak mau membuat para pekerja televisi memutar otak untuk menyajikan program-program acara yang menarik bagi khalayak pemirsa. Dengan sedikit mengenyampingkan fungsi informasi dan mengedepankan fungsi hiburan, televisi Indonesia saat ini mengalami suatu keterpurukan.

Dibandingkan dengan acara-acara TV di Amerika, Belanda, Jerman, dan Inggris, TV kita dalam beberapa acaranya jauh lebih hedonistik dan lebih liberal. Amerika misalnya negara yang masyarakatnya memang gila hiburan, tetapi mereka tidak menyiarkan acara musik nyaris setiap hari, seperti yang dilakukan TV kita. Amerika juga gudangnya selebritis, tetapi tidak ada TV yang menyiarkan infotainment tentang selebritis nyaris setiap hari. (Deddy Mulyana, 2008 : 18)

Menjamurnya acara-acara TV yang monoton dan minim kualitas, membuat penulis merasa prihatin akan perkembangan generasi penerus bangsa kelak. Semakin merosotnya acara berbobot yang disajikan TV kita saat ini, membuktikan bahwa

fungsi Informasi yang harusnya dikedepankan sudah mengalami kelunturan. Padahal TV mempunyai pengaruh yang besar dalam membangun persepsi masyarakat.

Tanpa disadari, pers sesungguhnya mempunyai kekuatan yang luar biasa untuk membangun suatu bangsa dengan memberikan arah kemana mereka harus melangkah dan prioritas-prioritas apa yang harus mereka lakukan. Pers dapat memberikan semangat, mendukung perubahan, dan memobilisasi masyarakat untuk suatu tujuan. Pers dapat memberikan pencerahan yang dibutuhkan oleh suatu bangsa untuk bangkit dari keterpurukan dan menunjukkan jalan serta memberikan semangat untuk membangun masyarakat. (Deddy Mulyana, 2008 : 19).

Jika pers kita tetap seperti sekarang ini, terlalu banyak hiburan, remeh-temeh, klenik, tanpa keinginan untuk memberdayakan masyarakat, bangsa kita akan tetap loyo seperti ini juga hingga kapan pun. Keluaran (output) bergantung pada masukan (input). Kalau masyarakat kita setiap hari dijejali dengan masukan berupa gambar porno, berita remeh-temeh tentang selebritis, laporan perkosaan atau pembunuhan dan perburuan hantu, sungguh naif jika kita mengharapkan mereka akan berubah, tiba-tiba menjadi berdisiplin, cerdas, kreatif, jujur, bertanggung jawab, berdedikasi, dsb. Padahal harus kita akui, justru masukan-masukan dari media massa yang cenderung negatif itulah yang lebih dominan daripada masukan dari keluarga, lembaga keagamaan dan lembaga pendidikan. (Deddy Mulyana, 2008 : 22)

Media Barat, terutama media Amerika, sering memaknai Islam sebagai agama primitif yang membenarkan perbudakan, poligami, harem-harem, penindasan terhadap wanita, kekerasan dan terorisme. Poligami yang merupakan salah satu solusi untuk mengatasi masalah kaum Muslim, dan berada di wilayah feri-feri ajaran Islam, sering dianggap suatu ajaran Islam yang utama. Khalayak media pun teracuni oleh wacana yang menyesatkan ini. (Deddy Mulyana. 2008:127)

Sebagai negara berpenduduk mayoritas Islam, nyatanya tak lantas membuat televisi menyuguhkan acara edukasi yang bernafas Islami. Yang hadir di tengah-tengah kita saat ini justru sinetron yang melenceng dari koridor-koridor Islam. Sehingga, menimbulkan ketimpangan persepsi di masyarakat tentang Islam. Bukan saja umat Muslim yang terpengaruh, tetapi umat Non-Muslim juga mempunyai persepsi tersendiri tentang Islam. Padahal, jika seseorang ingin mengetahui apa itu Islam, maka sumber yang dapat digunakan adalah Qur'an dan As Sunnah.

Seperti sahabat Nabi Muhammad SAW, Ali bin Abi Thalib ra, mengatakan, “Jika Anda ingin mengetahui Islam, maka pelajarilah Qur'an dan sunnah Nabi Muhammad SAW. Dari situ Anda akan mengetahui siapa yang mengikuti Islam, dan siapa yang tidak.” (Deddy Mulyana, 2008:132)

Krisis akidah yang dialami oleh masyarakat Indonesia yang sebagian besar menganut agama Islam ini, disebabkan salah satunya oleh tayangan televisi. Masyarakat muslim yang seharusnya menjadi contoh yang baik bagi umat lain, nampaknya tidak menjadi PRO (Public Relations Officer) Islam yang baik. Kenyataan yang terjadi adalah sebaliknya. Cerminan sikap dan perilaku umat Islam, kenyataannya bersebrangan dengan ajaran Islam. Pelaku kejahatan, prostitusi, koruptor, pemerkosaan dan masih banyak lainnya, justru aktornya kebanyakan dari kaum Muslim. Hal ini menjadi sebuah polemik tersendiri bagi umat Islam. Pengikisan akidah umat Muslim secara tidak langsung terjadi akibat tayangan televisi yang dikonsumsi masyarakat. Seperti yang telah dikatakan oleh Prof. Deddy Mulyana M.A., Ph.D. dalam bukunya “Komunikasi Massa. Kontroversi, Teori, dan Aplikasi”, pers memiliki kekuatan luar biasa untuk membangun suatu bangsa melalui tayangannya yang disuguhkan. Jika publik hanya dijejali tayangan tidak berkualitas, maka akan menghasilkan generasi yang tidak berkualitas pula.

Dalam jurnal “Dakwah Islam Dan Inovasi Media: Peluang Dan Ancaman Media Global Atas Dakwah Islam” karya Moch. Fakhruroji, disebutkan bahwa sebagai ilmu yang terbilang baru dibanding ilmu-ilmu lain yang terbilang lebih mapan, dakwah sebagai sebuah disiplin sesungguhnya tidak terlalu menonjol dalam khazanah keilmuan. Namun demikian, di luar dugaan, perkembangan dakwah sebagai aktivitas ternyata melampaui perkembangan ilmunya. Memang, agak berbeda dengan beberapa disiplin lain, perkembangan ilmu dakwah—dalam bayang-bayang ilmu komunikasi—seolah masih malu-malu untuk menampakkan dirinya ke ruang publik yang lebih luas. Aktivitas dakwah Islam seperti mengalami evolusi besar-besaran dalam ruang publik, di mana dakwah—sebagai proses penawaran ajaran spiritual—muncul dalam bentuk yang beraneka ragam. Keanekaragaman aktivitas dakwah ini tentu saja didorong kuat oleh unsur lain, yakni media dakwah.

Dalam disiplin ilmu dakwah, media sendiri sesungguhnya lebih cenderung dipahami sebagai saluran (channel) yang digunakan oleh para pelaku dakwah—baik individu maupun komunal— untuk menghantarkan pesan. Dalam kondisi masyarakat seperti saat ini, yang notabene telah menjadi bagian dari masyarakat global, aktivitas dakwah ini dapat ditemui di ruang-ruang di dunia maya. Hari ini, akses seseorang untuk memperoleh informasi religius (baca: dakwah) semakin mudah saja, terlebih jika orang tersebut memiliki akses ke dunia maya. Di sisi lain, dakwah melihat kemunculan media sebagai sebuah inovasi yang sangat berharga dan dapat membantu perkembangan dakwah. Namun, pada saat yang sama, dakwah sedang berhadapan dengan hegemoni media yang sedang melakukan invasi atau penjajahan atas dakwah Islam.

Salah satu bentuk inovasi media dalam disiplin ilmu dakwah - yang masih ada dalam bayang bayang ilmu komunikasi – adalah melalui media televisi. Suatu

media yang banyak digunakan oleh masyarakat saat ini. Dengan latar belakang umat Islam terbanyak di Indonesia, publik membutuhkan tayangan segar dan mendidik yang dikemas secara apik dalam balutan Islami. Tidak hanya menghibur, acara yang disuguhkan harus dapat merepresentasikan kepada masyarakat tentang ajaran Islam yang sesungguhnya berdasar pada Al-Qur'an dan As-Sunnah.

Dari sekian banyaknya acara minim kualitas di TV, TransTV hadir menyuguhkan program terbaru bertajuk Islami. Ialah Mozaik Islam yang tayang setiap hari Sabtu dan Minggu, pukul 07.30 sampai 08.00 WIB. Bahkan terhitung sejak tanggal 21 Februari, acara ini ditambah jam tayang menjadi empat kali dalam seminggu. Acara yang berdurasi 30 menit ini, menyajikan tiga tema yang berhubungan dengan fiqih, fakta ilmiah, sejarah, dan sejumlah bahasan menarik lainnya di lihat dari kacamata Islam. Pemirsa juga dapat berinteraksi melalui media twitter Mozaik Islam di @MozaikIslam. Di situ, pemirsa sebagai follower @MozaikIslam dapat mendapatkan informasi tentang tema yang akan ditayangkan. Selain itu, admin twitter Mozaik Islam juga membuka line tanya jawab seputar Islam. Dilihat dari respon followers, Mozaik Islam ternyata mendapat sambutan yang hangat dari masyarakat. Banyak yang akhirnya memberi masukan untuk menambah jam tayang acara ini. Karena dirasa membawa manfaat yang besar bagi masyarakat terutama umat Muslim. Di media twitter, Mozaik Islam juga terlihat aktif dalam update status seputar ayat-ayat Al Qur'an dan hadits.

Hadirnya program "Mozaik Islam" dapat dijadikan corong bagi umat Muslim untuk menyuarakan Islam. Dengan adanya tayangan ini, diharapkan dapat meluruskan persepsi yang salah di masyarakat tentang Islam. Bagi umat Muslim khususnya, acara ini dapat dijadikan panutan karena bahasan yang disajikan sangat menarik dan dekat dengan kehidupan kita. Dalam mengaitkan suatu hal, acara ini

selalu menyantumkan sumber yang shahih yaitu ayat Al Qur'an dan Hadits. Oleh karena itu, keabsahannya bisa dipertanggungjawabkan kepada khalayak.

Dari sekian banyak televisi swasta yang menyajikan berbagai ragam tayangan, baru kali ini terdapat acara yang berkualitas. Acara “Mozaik Islam” merupakan tayangan pioneer yang menyajikan bahasan Islami yang akurat. Dari semua televisi swasta di Indonesia, ini merupakan acara yang dengan berani membeberkan kebenaran sesuai koridor Islam. Selama ini, penulis belum pernah menemukan acara semacam ini. Inilah yang menjadi alasan penulis memilih acara “Mozaik Islam” untuk dijadikan bahan penelitian.

Menonton televisi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kebutuhan tersebut bisa berupa informasi, pendidikan dan hiburan. Jika dikaitkan dengan motif, maka motif masyarakat dalam menonton televisi, menurut Blumer dalam Rakhmat (2005:66) didasari tiga motif.

Motif pertama adalah motif kognitif yang bisa diartikan sebagai keinginan untuk menambah pengetahuan baru seperti mencari informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia, mendapatkan pengetahuan tentang peristiwa yang terjadi dalam lingkungan tersebut, memuaskan rasa ingin tahu dan minta umum, belajar, pendidikan diri sendiri serta memperoleh rasa aman melalui penambahan pengetahuan dan biasanya informasi yang disajikan dikaitkan dengan ayat dan hadits.

Motif kedua adalah motif diversifikasi yaitu keinginan untuk mencari hiburan seperti melepaskan diri dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, penyaluran emosi, mengisi waktu dan biasanya identik dengan pembahasan-pembahasan yang menarik perhatian khalayak televisi.

Motif ketiga adalah motif identitas personal yaitu keinginan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya seperti menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasikan diri dalam nilai-nilai Islam, serta meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri yang pada umumnya disajikan sesuai dengan ajaran Islam.

Sesuai dengan teori Uses and Gratifications, masyarakat bebas memilih media sesuai dengan kebutuhannya. Masyarakat dapat dengan bebas memilih saluran media massa, terutama media yang menayangkan program Islami. Tentunya hal ini didukung oleh motif-motif yang berbeda setiap individunya. Seperti yang penulis sebutkan di atas, bahwa menurut Blumer terdapat tiga motif yang mendasari seseorang dalam mengonsumsi media massa.

Untuk motif informasi yang berkaitan dengan Islam, ternyata banyak hal yang belum diketahui oleh masyarakat muslim tentang Islam. Seperti ilmu fiqh, tafsir ayat suci Al Qur'an, Hadits, sejarah peradaban Islam, dsb. Kemudian untuk motif diversifikasi (hiburan), acara Mozaik Islam menyajikan bahasan yang menghibur namun tetap memberikan nilai-nilai Islami, memiliki kedekatan (proximity) dengan masyarakat, dan bersifat up to date. Misalnya, pembahasan tentang Hukum merayakan tahun baru, hukum merayakan valentine, prediksi kiamat Suku Maya yang meleset dan masih banyak lagi. Terakhir adalah motif Identitas Personal yang berkaitan dengan cara pendekatan seseorang menyesuaikan diri dengan lingkungan dan memperbaiki kualitas diri sesuai syari'at Islam. Dalam melihat tayangan Mozaik Islam, masyarakat ingin mengetahui hal-hal apa saja yang dapat dijadikan bahan diskusi dengan orang lain yang berhubungan dengan Islam. Selain itu, tayangan Mozaik Islam dapat dijadikan pelajaran untuk mengembangkan kualitas diri seorang muslim agar sesuai dengan syari'at Islam.

Dari ketiga motif tersebut, pemenuhan kebutuhan akan media massa dalam mendapatkan informasi dan hiburan bernafas Islam, dapat ditemukan pada acara Mozaik Islam Trans TV. Karena faktanya, banyak hal yang tidak diketahui oleh masyarakat Muslim tentang agama Islam. Dengan hadirnya acara ini seolah-olah membawa aroma baru di dunia pertelevisian Indonesia.

Pendekatan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Uses and Gratifications. Pendekatan ini berlandaskan keyakinan bahwa khalayak memiliki sekumpulan kebutuhan yang dicari pemuasannya melalui media massa. Teori ini dikembangkan untuk menjelaskan komunikasi massa, meski pendekatan ini pun sesuai juga dengan teori-teori komunikasi tatap muka yang postulatnya menyatakan bahwa kita menggunakan relasi sosial untuk memuaskan kebutuhan dan dorongan pribadi. Model komunikasi ini mengasumsikan khalayak setidaknya sama aktifnya dengan pengirim. Model ini pun secara tak langsung menyatakan bahwa pesan adalah apa yang dibutuhkan oleh khalayak, bukan yang dimaksudkan oleh pengirim. (Fiske, 1990 : 208).

Surabaya adalah kota yang penduduknya mayoritas menganut agama Islam. (Sumber : wikipedia). Mayoritas penduduk Surabaya menganut agama Islam namun justru di sini terdapat tempat lokalisasi dan prostitusi yang sudah jelas-jelas menyimpang dari nilai dan norma sosial, terlebih nilai agama. Hal ini diakrenakan kurangnya pengetahuan masyarakat Surabaya tentang nilai dan norma hukum yang sesuai dengan ajaran agama. Oleh karena itu, masyarakat Surabaya membutuhkan acara tayangan yang memberikan panduan dan informasi tentang nilai-nilai dan norma yang mengatur kehidupan seorang muslim. Dan kebutuhan tersebut bisa dipenuhi melalui acara Mozaik Islam di Trans TV.

Dilihat dari sisi hiburan, masyarakat Surabaya membutuhkan tayangan yang menghibur sekaligus dapat memberikan arahan yang benar. Karena hiruk pikuk dan gegap gempita dunia hiburan Surabaya sudah mulai bersemi di hampir seluruh kawasan. Hal ini menambah semakin sempitnya ruang masyarakat Surabaya untuk pemenuhan kebutuhan akan hiburan terutama yang berhubungan dengan media massa. Melalui acara Mozaik Islam, masyarakat Surabaya diharapkan dapat memenuhi kebutuhan akan media massa yang menghibur namun masih tetap dalam koridor-koridor Islam.

Pengaruh lingkungan kehidupan sosial yang tidak baik, misalnya lingkungan yang sering terjadi tindak penyimpangan seperti prostitusi, perjudian, mabuk-mabukan dan sebagainya bisa disebabkan karena tayangan televisi. Penyimpangan perilaku seperti ini banyak ditemukan di Surabaya. Acara berita di televisi-televisi lokal hampir semua yang diberitakan adalah kasus-kasus seperti ini. Pembunuhan, perjudian, perkosaan, perampokan, dan sebagainya. Hal ini dikarenakan kurangnya motivasi seseorang untuk memperbaiki kualitas diri untuk menjadi pribadi yang bermoral dan beragama. Melalui acara Mozaik Islam, diharapkan dapat membantu masyarakat Surabaya untuk menyesuaikan diri, sudahkah perilakunya sesuai dengan koridor sebagai seorang muslim. Dengan demikian, kondisi masyarakat Surabaya yang seperti ini membutuhkan acara Mozaik Islam berkaitan dengan motif identitas personal yang nantinya akan bermanfaat bagi pengembangan perilaku yang lebih Islami.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui motif masyarakat Surabaya menonton acara Mozaik Islam di Trans TV. Penulis memilih Surabaya sebagai lokasi penelitian dikarenakan nilai-nilai keislaman di kota ini sudah mulai mengalami kelunturan. Sebagai kota dengan tingkat kesibukan yang

tinggi, membuat masyarakatnya tidak mempunyai banyak waktu untuk mendalami ilmu agama. Mereka lebih disibukkan dengan urusan duniawi, seperti pemenuhan kebutuhan hidup (materi), kesenangan, sosial, politik, ekonomi dsb. Fakta berkata bahwa Surabaya menjadi gudang maksiat. Seperti tempat lokalisasi dan prostitusi di Dolly, banyaknya komunitas homoseks dan lesbian yang sering mengadakan pertemuan di mall seperti Surabaya Town Square (Sutos). Belum lagi Kenjeran yang harusnya menjadi tempat wisata, malah dijadikan tempat bagi kaum muda-mudi untuk melampiaskan nafsunya. Perilaku masyarakat Surabaya yang sudah mulai jauh dari nilai-nilai keislaman, membuat penulis tertarik untuk menjadikan Surabaya sebagai lokasi penelitian ini.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana motif masyarakat Surabaya dalam menonton program acara Mozaik Islam di Trans TV?”

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif masyarakat Surabaya dalam menonton program acara Mozaik Islam di TransTV.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

- a. Memberikan masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya komunikasi massa.

- b. Memberikan sumbangan pemikiran untuk kemajuan ilmu komunikasi khususnya bagi peneliti, umumnya bagi mahasiswa ilmu komunikasi.
- c. Memberikan masukan bagi para mahasiswa untuk dijadikan bahan referensi skripsi selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Memberi himbauan kepada pembaca agar lebih selektif dalam memilih program acara televisi.
- b. Memberikan masukan kepada para mahasiswa ilmu komunikasi, jika kelak berkecimpung di dunia pertelevisian agar bisa menghadirkan program acara televisi yang berkualitas.
- c. Memberikan masukan kepada masyarakat agar lebih selektif dalam memilih tayangan televisi, terutama tayangan yang dapat memberikan dampak positif.